

El 88% de las pymes españolas considera que vender online les ha permitido llegar a nuevos consumidores

Según un estudio de Kantar comisionado por PayPal, el 51,5% de las pymes españolas ya opera a través de un canal online, de las cuales un 21% comenzaron a hacerlo durante la pandemia. El 71% de las pymes afirma que vender en el extranjero les ha permitido aumentar sus ventas. Las pymes afirman que ofrecer métodos de pago online les ha ayudado a crear relaciones de confianza con sus clientes

Las compras online han ganado popularidad entre los consumidores por muchas razones, como la flexibilidad, variedad y competitividad de precios que ofrecen, un giro que ha impulsado a las pymes a adoptar herramientas digitales para seguir generando ingresos. La transformación digital ha permitido a estas empresas, que representan el 99,8% del tejido empresarial español según el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo del Gobierno de España[1], prosperar y atraer a nuevos clientes.

Así lo demuestran los resultados de un reciente estudio de Kantar, comisionado por PayPal, que analiza la situación actual de digitalización de las pymes y micro pymes en España. Según esta encuesta, desarrollada en mayo de 2021, más de la mitad (51,5%) de las pymes españolas ya opera a través de un canal online, de las cuales un 21% comenzaron a hacerlo durante la pandemia.[2] Los resultados de este estudio apuntan a la transformación digital como una oportunidad para que las pequeñas empresas aumenten sus ventas y comiencen a hacer negocios de una nueva manera.

El 80% de los propietarios y/o encargados de pequeños y medianos negocios declaró que la venta online ha sido clave para aumentar las ventas de sus negocios durante el último año. Los participantes en el análisis confirmaron también que tener la posibilidad de atraer a nuevos clientes, incluso fuera de su territorio, es el principal factor diferencial que les aporta implementar un canal online en sus negocios.

Un 88% de las pymes comentaron que vender online les han permitido llegar a nuevos consumidores, mientras que un 83,5% aprecia haber podido atraer a nuevos clientes fuera de sus regiones. No solo eso, sino que además el canal de venta online les ha ayudado a retener sus clientes actuales (78%). Además, los comerciantes se muestran optimistas ante esta nueva realidad, ya que un 84,5% considera que sus ventas a través del canal digital seguirán creciendo en los próximos años.

Asimismo, una de las principales ventajas de operar online para las pymes es la oportunidad de llegar a nuevos clientes internacionales. El entorno digital permite democratizar la globalización y posibilita que las empresas más pequeñas tengan acceso a clientes de todo el mundo.

Según el estudio llevado a cabo por Kantar, una cuarta parte de las pymes vende sus productos a nivel internacional, de las cuales el 85% declara que las ventas internacionales les han permitido llegar a nuevos clientes; el 71% dice que vender a otros países les ha permitido aumentar sus ventas y un 69% confirma que estas ventas han sido clave para mantenerse durante el último año.

El 79% de las empresas participantes en el estudio cree que las ventas internacionales de su negocio aumentarán en los próximos años, mientras que el 65% opina que las ventas a países extranjeros representarán la mayor parte de sus ingresos en el mismo periodo.

Una de las conclusiones más interesantes del estudio es que el 82% de las pymes que utilizan métodos de pago online consideran que ofrecer estas soluciones les ha permitido generar más confianza entre sus clientes, al igual que un 80,4% afirma que contar con soluciones de pago digitales les ha permitido atraer a nuevos clientes.

Un informe revela que las pymes que adoptan herramientas digitales desarrollan una mayor resiliencia. Este estudio, que ha analizado la actividad de 150.000 pymes europeas durante 2020, expone que aquellas pequeñas y medianas empresas que integraron PayPal en sus comercios digitales entre marzo y mayo de 2020 duplicaron con creces sus ventas en comparación con aquellas pymes que se unieron a PayPal en el mismo periodo de 2018 y 2019. PayPal ha mostrado también que aquellas compañías que ya trabajaban con PayPal antes de la llegada del COVID-19 experimentaron un crecimiento interanual del 45% en el segundo trimestre de 2020.

Miguel Ángel Cuesta, director de PayPal Iberia, ha declarado "El estudio refuerza lo que llevamos diciendo tiempo: la venta online es fundamental para que las pequeñas y medianas empresas aseguren su supervivencia y sigan aumentando sus ventas. Nuestros propios datos también confirman esta tendencia y muestran que entre los primeros trimestres de 2020 y 2021, las pymes españolas que venden a nivel internacional han experimentado un aumento del 24%. Nos aseguramos de habilitar las nuevas tecnologías a disposición de los vendedores para ayudarles a afrontar los retos a los que se enfrentan en el entorno digital, a la vez que les proporcionamos la promesa de una solución segura para expandir su negocio incluso fuera de España".

Sobre PayPal

PayPal se ha mantenido a la vanguardia de la revolución de los pagos digitales durante más de 20 años. La plataforma, que aprovecha la tecnología para hacer que los servicios financieros y el comercio sean más cómodos, asequibles y seguros, permite a más de 400 millones de consumidores y vendedores de más de 200 mercados unirse y prosperar en la economía global. Para más información, visitar paypal.com.

[1] <https://industria.gob.es/es-es/Servicios/MarcoEstrategicoPYME/Marco%20Estrat%C3%A9gico%20PYME.pdf>

[2] Datos del estudio elaborado por Kantar y comisionado por PayPal entre el 7 y el 14 de mayo de 2021. En la investigación han participado 200 pymes españolas de entre 1 y 20 empleados.

Datos de contacto:

Edelman
914 184 897

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Telecomunicaciones](#) [E-Commerce](#) [Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>